

अमेरिका में बढ़ते किसान बाजार

आलेख एवं फोटो: सेबास्तियन जॉन

पर्यावरण की चिंता और
ऑर्गेनिक खाद्य पदार्थों की चाहत
के दौर में अमेरिका में किसान
बाजारों का आकर्षण बढ़ रहा है।

दो वर्ष पहले तक डैरेल मेयर भोजन का जो भी कौर मुंह में रखते थे, वह अपनी जन्मस्थली से औसतन 2,100 किलोमीटर की यात्रा करके उनकी भोजन की मेज पर पहुंचता था। वे बड़े-बड़े सुपर मार्केट और फॉस्ट फूड रेस्टरांओं से ढेर सारा डिब्बाबंद और संसाधित भोजन खरीदते थे। पता लगा कि इस तरह का भोजन खाने के कारण उनके शरीर में कोलेस्ट्रॉल की मात्रा काफी अधिक हो गई है और वह उच्च रक्त दाब और डायबिटीज से पीड़ित हैं।

वह अवकाश प्राप्त संघीय कर्मचारी हैं और अब 57 वर्ष के हो चुके हैं। वह खूब फल-सब्जियां खाते हैं। ये फल-सब्जियां, वाशिंगटन डी. सी. के बाहरी क्षेत्र में स्थित अलैकॉन्ड्रिया, वर्जीनिया में जहां वह रहते हैं, उस स्थान से लगभग 320 किलोमीटर के अंदर मौजूद इलाके से ही आती हैं। लेकिन, उनके पास तक ये कैसे पहुंचती हैं? किसान बाजार से, जहां प्रायः हर सप्ताह छोटे-छोटे किसान फल, सब्जियां, पनीर, मांस, फूल और ढेर सारी दूसरी चीजें लेकर आते हैं और छोटे-छोटे अस्थायी खोखों में बैठकर उन्हें बेचते हैं। कुछ किसान किराए पर कर्मचारी लगाकर अपना माल बेचते हैं, लेकिन ज़्यादातर किसान अपने खेतों से माल लाकर स्वयं बाजार में बेचते हैं।

मेयर और उनकी पत्नी शारदा वर्जीनिया के इन कृषक बाजारों में आकर टमाटर, आलू, हरी पत्तेदार सब्जियां तथा मांस स्वयं छांट कर खरीदते हैं और इस तरह की खरीदारी पर हर सप्ताह लगभग 60 डॉलर खर्च करते हैं। वहां वे फसल की गुणवत्ता के बारे में किसानों से बातें भी करते हैं। अपने नए आहार और व्यायाम कार्यक्रम के बारे में वह बताते हैं, “मेरा रक्त दाब



बिल्कुल ऊपर: न्यू यॉर्क सिटी के यूनियन स्क्वेयर ग्रीनमार्केट में सूखी और ताजा मिर्च कतारों में बिक्री के लिए रखी है।

ऊपर: लैंकेस्टर, पॉर्सिल्वेनिया के सेंट्रल मार्केट में फल-सब्जी का एक स्टाल।

बिल्कुल सामान्य हो गया है। मेरे डॉक्टर आश्चर्यचकित हैं।” मैसाच्यूसेट्स स्थित टफ्ट्स यूनिवर्सिटी द्वारा 1994 में शुरू किए गए एक अध्ययन के अनुसार औसत अमेरिकी व्यक्ति आज भी उसी 2,100 किलोमीटर की दूरी से अपना भोजन प्राप्त कर रहा है। पर्यावरण विज्ञानियों और कुछ आहार विशेषज्ञों का कहना है कि सवाल केवल दूरी का नहीं है। भोजन जितनी अधिक दूरी से आता है, वह उतना ताजा नहीं रह जाता और उसकी पैकिंग तथा परिवहन में भी काफी ईधन खर्च होता है। लेकिन, अनेक लोग मेयर दम्पत्ति की तरह खाद्य सामग्री खरीदने के तौर-तरीके बदल रहे हैं और स्थानीय कृषक बाजारों में जाकर अपने हाथ से ताजा चीजें खरीद रहे हैं। अमेरिकी कृषि विभाग का कहना है कि देश में वर्ष 2006 में 4,385 सुसंगठित कृषक बाजार थे जबकि एक दशक पूर्व इनकी संख्या केवल 2,410 थी।

न्यू यॉर्क शहर में कृषक बाजार एक बड़ा बिजनेस है। बड़े-बड़े रेस्टरां, शेफ और हॉलीवुड के नामी-गिरामी लोग भी न्यू यॉर्क महानगर के 290 किलोमीटर धेरे में उगाया गया भोजन खरीद रहे हैं। यूनियन स्क्वेयर स्थित ग्रीन मार्केट के सीनियर मार्केट मैनेजर मॉट फिलिपोव्स्की को याद है कि उन्होंने वहां किन सितारों को देखा है: ट्रैवल चैनल के एंथनी बोर्डेन, सिने निर्माता पीटर हॉफमैन तथा अभिनेत्री यूमा थर्मन। वह कहते हैं, “सूची बहुत लंबी है।”।

फिलिपोव्स्की का कहना है कि लोग कई कारणों से वहां आते हैं: कुछ लोग स्थानीय किसानों की मदद करना चाहते हैं, कुछ लोगों को ‘ऑर्गेनिक फूड’ चाहिए और कुछ ऐसी सब्जियां खरीदने आते हैं जो और कहीं नहीं मिलतीं। कुछ ऐसे भी लोग हैं जो विक्रेताओं के साथ गपशप करने के लिए आते हैं और दोस्तों से मिलते हैं। सुपर बाजार में यह सामाजिक

न्यू यॉर्क सिटी के यूनियन स्क्वेयर ग्रीनमार्केट में एक महिला ताजा साग खरीदते हुए।



सुविधा कहां मिल पाती है ?

नील एम. जिमरमैन का ही उदाहरण लें। वह 'नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ स्टैंडर्ड्स एंड टेक्नोलॉजी' में अनुसंधान भौतिक विज्ञानी हैं। वह कुछ सप्ताहांत वाशिंगटन डी. सी. के एडम्स मॉर्गन कृषक बाजार में बिताते हैं और कम आय वर्ग के लोगों के साथ घुल-मिल कर उन्हें सेहतमंद भोजन मुहैया करते हैं। वह इस बात पर विश्वास करते हैं कि खेती में कीटनाशकों का कम प्रयोग करने से धरती को भी कम नुकसान होता है। साथ ही वह स्वाद के भी रसिक हैं। वह पिंडियों के आकार के विचित्र से टमाटरों की ओर इशारा करते हैं, जिन्हें टमाटर की बीज बाली कुछ पुरानी किस्मों के मेल से तैयार किया गया है। वह कहते हैं, "इन बेडॉल पुर्स्टेनी टमाटरों में बाकई टमाटर का स्वाद है। सुपर मार्केट के टमाटरों में तो कोई स्वाद ही नहीं होता क्योंकि उन्हें पकने से पहले ही तोड़ लिया जाता है और उन किस्मों का प्रजनन दूर-दराज भेजने की सहूलियत के हिसाब से किया जाता है। उन्हें सुंदर दिखने लायक बनाया जाता है ताकि वे बाजार की शैल्फ में भी सुंदर दिखाई दें।"

लेकिन, क्या आज के विश्व बाजार में ये कृषक बाजार और छोटे फ़ार्म टिक पाएंगे ? अमेरिकी कृषि विभाग के मार्केटिंग विशेषज्ञ लॉयड डे कहते हैं, "उपभोक्ताओं में इनकी लोकप्रियता बढ़ रही है और खरीदार ताजा और स्थानीय स्तर पर उत्पादों को पसंद करते हैं।" वर्ष 2006 के एक विभागीय सर्वेक्षण से पता चला कि 25 प्रतिशत विक्रेताओं के अनुसार उनकी कृषि जनित आमदनी का मुख्य स्रोत कृषक बाजार है। वर्ष 2005 में अलग-अलग कृषक बाजारों की कुल औसत बिक्री 2,45,000 डॉलर रही और प्रत्येक विक्रेता की कुल वार्षिक बिक्री थी 7,108 डॉलर।

अमेरिकी सरकार के एक पूर्व कर्मचारी माइकल टेबॉर वाशिंगटन डी. सी. के एडम्स मॉर्गन कृषक बाजार में 1974 से फल-सब्जियां बेच रहे हैं। वह बताते हैं कि पिछले दो वर्षों के दौरान कृषक बाजारों की लोकप्रियता बहुत बढ़ी है जबकि कुछ वर्ष पहले उन्हें लगता था कि जैसे उन्हें यह काम बंद करना पड़ेगा।

सरकारी नौकरी छोड़ने के बाद जब टेबॉर इंसाइल के एक फ़ार्म में स्वेच्छा से काम कर रहे थे तो खेती के काम में उनकी रुचि बढ़ गई। वह कहते हैं, "मुझे पता ही नहीं था कि खेती में मेरा कोई रुझान है।" उन्होंने 1971 में निवेश करने के विचार से फ़ार्म खरीदा लेकिन फिर पूर्णकालिक किसान बन गए। टेबॉर का कहना है कि वह जो काम कर रहे हैं, उसमें बहुत ज्यादा पैसा नहीं मिलता। इसके अलावा वह स्थानीय सहकारी बाजारों और एक कॉलेज को भी कृषि उत्पाद बेचते हैं।

लेकिन एक बात है, टेबॉर जानबूझ कर अपनी चीजों की कीमत कम रखते हैं। कई कृषक बाजारों में सुपर बाजारों की अपेक्षा खाद्य सामग्री अधिक महंगी होती है। उदाहरण के लिए, पास के ही दू पाँच सर्किल कृषक



बिल्कल ऊपर: किसान लाना इडलमैन वर्जिनिया के सिटी ऑफ़ फ़ाल्स चर्च के किसान बाजार में अपनी स्ट्राबेरी बिक्री के लिए सजाती हुई।

ऊपर: रॉक्स, पॉसिल्वेनिया में एक फ़ार्म।

बाजार में टमाटर की कीमत आम तौर पर 2 डॉलर प्रति किलो से अधिक रहती है। टेबॉर पास-पड़ोस के गरीब लोगों के लिए स्वस्थ और सस्ता भोजन मुहैया करने का प्रयास करते हैं जो कृषक बाजारों के लिए महिला, शिशु तथा बच्चों से संबंधित कार्यक्रमों पर निर्भर करते हैं। ये सरकार से अनुदान प्राप्त कार्यक्रम हैं जिसके तहत कम आय वर्ग के लोगों को भोजन के लिए मुफ्त वाउचर दिए जाते हैं जिनसे वे बाजार में भोजन खरीद सकते हैं। जो बाजार इस प्रकार के वाउचर स्वीकार करते हैं, उन्हें प्रति वर्ष इस कार्यक्रम के तहत औसतन 17,696 डॉलर की धनराशि प्राप्त होती है।

लाना इंडेलमैन के सब्जी व्यापार की सफलता की कथा इसका एक अच्छा उदाहरण है। वह 1972 से वर्जिनिया और मैरीलैंड में कृषक बाजारों को सब्जी मुहैया करा रही है। वह कहती है कि जिन सात बाजारों में हर सप्ताह उनका परिवार जाता है, उनमें से प्रत्येक बाजार से उन्हें 500 से 1000 डॉलर की आमदनी होती है। यह व्यापार इंडेलमैन के पति तथा उनके चार में से दो बेटे कर रहे हैं। कुछ किसान किराए पर कर्मचारी रखते हैं और फ़ार्म पर काम करने और छोटे-छोटे खोखों में बिक्री के लिए स्वयंसेवकों पर निर्भर करते हैं।

पिछले दो वर्षों में इंडेलमैन की बिक्री लगभग 50 प्रतिशत बढ़ गई है क्योंकि उन्होंने विभिन्न समुदायों के लोगों को उनकी पसंद के विशेष उत्पाद मुहैया कराना शुरू कर दिया है। उनके फ़ार्म में अप्रीली की उत्पादों जैसे तेज मिर्चों की खेती पर अधिक जोर दिया जाता है



बाएं: आरेंगान के पोर्टलैंड किसान बाजार में एक किसान मिर्चों को भूनते हुए।

बाएं बीच में: लैंकेस्टर, पेंसिल्वैनिया के सेंट्रल मार्केट में एक एमिश किसान का स्टाल।

बाएं नीचे: यॉर्क, पेंसिल्वैनिया के लॉक्समोट फार्म में जिलियन कोर अपने उत्पाद केंद्र के अंदर।

लेकिन वे फ्रांसीसी, अफ्रीकी तथा थाई, तीन तरह के बैंगन भी उगाती हैं।

अब सवाल यह है कि परंपरागत भारतीय भाजी वालों और अमेरिकी कृषक बाजारों में क्या अंतर है? स्मिता नोर्डवाल का विचार है कि ताजेपन की बात तो एक समान है। वह पहले पत्रकार थीं, भारत में पली-बढ़ी और अब कृषक बाजारों में जैम तथा जैली बेचने का व्यापार करती हैं। वह कहती हैं, “इन दोनों ही मामलों में कोल्ड स्टोरेज की सुविधा नहीं है और खाद्य समग्री का दूर-दराज तक परिवहन भी नहीं किया जाता। लेकिन, तकनीकी दृष्टि से देखें तो भाजी वाले बिचौलिए होते हैं जबकि यहां अनेक किसान अपना माल स्वयं बेचते हैं।”

हां वह यह जास्तर कहती हैं कि अमेरिका में किसानों के पास अपने ट्रक होते हैं और वे स्वयं शहर में अपना माल ला सकते हैं। शहर में उन्हें साधारणतः बहुत कम फ्रीस देकर माल बेचने की जगह मिल जाती है। दूसरी ओर, भारत में सड़कों की हालत खस्ता है और लोगों को अपने फ़ार्म से शहर तक पहुंचने में बहुत लंबी दूरी तय करनी पड़ती है। वह कहती हैं, “माल कहीं भी बेचा जाए लेकिन सवाल यह है कि क्या आप किसानों के साथ उचित ढंग से व्यापार कर रहे हैं? आप मांस और वाइन के लिए उचित दाम का भुगतान क्यों नहीं कर सकते जबकि सबसे अधिक आप वही खाते हैं।”

नोर्डवाल के जैम की कीमत सुपर मार्केट की तुलना में अधिक है लेकिन वे ब्लूबेरी, संतरे और वनिला की मिली-जुली खुशबूओं के साथ भी मिलते हैं। वह काली मिर्च मिलाकर बनी हुई मसालेदार मीठी जैली भी बेचती हैं।

वेन मिलर एक फार्म चलाते हैं और न्यू यॉर्क शहर के यूनियन स्क्वेयर में ज्यादातर मिर्च बेचते हैं। उनका कहना है कि रोजी-रोटी तो चल जाती है लेकिन खेती का काम बड़ी मेहनत का काम है और 10 सेंट कमाना भी कठिन होता है।” मिर्च बेच लेना अपने आप में बड़ा काम है।

हालांकि कृषक बाजार हाल ही में लोकप्रिय हुए हैं लेकिन ये नए नहीं हैं। आप इसके बारे में किसी भी एमिश किसान से पूछ सकते हैं जो दक्षिणी पेसिल्वेनिया के ग्रामीण क्षेत्रों में रहते हैं। लैंकेस्टर काउंटी के आसपास कहीं भी ड्राइव करते हुए निकल जाइए, वहां आपको ऊंचे, सफेद फार्म हाउस दिखाई देंगे और उन पर विज्ञापन





संगठित रिटेल से किसानों और ग्राहकों को लाभ

रिटेल क्षेत्र भारत के, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्र के, बहुत से गरीबों के जीवन पर सकारात्मक असर डाल सकता है। रिलायंस, भारती और आईटीसी सहित अग्रणी भारतीय कंपनियां किसानों से उपज खरीदकर उसे काफी प्रतिस्पर्धी दामों पर सीधे बाजार तक पहुंचाने के लिए दुकानों और मूलभूत सुविधाओं में अरबों डॉलर के निवेश की योजनाएं तैयार कर रही हैं।

इस स्तर का और ऐसा विविध पूँजीनिवेश उपलब्ध करवाना अकेले सरकार के बूते से बाहर है और यदि यह संभव हो पाए तो इससे ग्रामीण क्षेत्रों में नौकरी के अवसर और जीवन की गुणवत्ता में खासा सुधार होगा।

एक अध्ययन से पता चला है कि फिलहाल भारतीय किसानों को अपने उत्पादों के खुदरा मूल्य का कुल 35–40 प्रतिशत तक मिल पाता है। जिन देशों में खुदरा व्यापार बहुत संगठित है, वहां किसानों का हिस्सा 65 प्रतिशत तक होता है। अधिक मूल्य की प्राप्ति से भारत में खेती से होने वाली आय दो गुनी तक हो सकती है। देखने में आ रहा है कि देशभर में किसान संगठित रिटेल और उनके द्वारा चुकाए जा रहे ज्यादा दामों का स्वागत कर रहे हैं।

बढ़ती प्रतिस्पर्धा और बढ़ते निवेश के सक्षम इस्तेमाल के माध्यम से संगठित रिटेल में किसानों और उपभोक्ताओं के लिए आर्थिक लाभ और ग्रामीण कामगारों के लिए नौकरियां उपलब्ध करवाने की क्षमता है।

—अमेरिकी राजदूत डेविड सॉ. मल्फर्ड, नई दिल्ली, 18 सितंबर, 2007



वाशिंगटन डी.सी. के ड्रॉफॉन फ्रेशफार्म बाजार में एक ग्राहक टमार पसंद करते हुए।

लिखा होगा “सेब, मक्का, आडू....।” उनके आंगनों में छोटी-छोटी लड़कियां प्याज और बेक की हुई फूट पाइ बेचती हुई नजर आएंगी।

एमिश एक अत्यधिक परंपरागत ईसाई संप्रदाय के सदस्य हैं जो 18 वीं सदी की शैली के कपड़े पहनते हैं, खेती-बाड़ी से गुजारा करते हैं और कार तथा टेलीविजन जैसी आधुनिक सुविधाओं का उपयोग नहीं करते। लैंकेस्टर सेंट्रल मार्केट शहर के बीचों-बीच ईंटों से बनी एक विशाल इमारत में स्थित है और 1730 के दशक से चल रहा है। इसमें आपको मसाले, मांस, घर में बने सूप, बेक की हुई खाद्य सामग्री और यहां तक कि कलात्मक वस्तुएं भी मिलेंगी। यहां शहरों से पर्यटक केवल विशेष प्रकार की चीजें खरीदने के लिए आते हैं।

अमेरिका बड़े पैमाने पर कॉरपोरेट स्तर की खेती के लिए जाना जाता है लेकिन अब यह स्पष्ट हो गया है कि वहां अन्य विकल्पों की भी गुंजाइश है। वहां छोटे पैमाने पर फसलों की खेती और पारिवारिक फ़ार्मों की परंपरा बाप्स लौट रही है।



सेबास्तियन जॉन भारतीय लेखक तथा फोटोग्राफर हैं। वह वाशिंगटन डी.सी. में रहते हैं।

इस लेख के बारे में अपने विचार editorspan@state.gov पर भेजिए।